

## ABSTRAK

*Store Atmosphere*, Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan pelanggan. Apabila *store atmosphere*, kualitas layanan dan citra perusahaan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka dapat dikatakan baik dan memuaskan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere*, kualitas layanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna jasa servis di HONDA 99 Cabang Mayjend Sungkono Surabaya. Populasi yang di gunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang melakukan servis di bengkel HONDA 99 Cabang Mayjend Sungkono Surabaya. Teknik pengambilan sampel yang di gunakan adalah *non probability sampling* dan penentuan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 98 responden. Teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan karena semakin nyaman suasana yang di berikan, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan karena semakin tinggi kualitas layanan yang di berikan, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan karena semakin baik citra perusahaan yang dimiliki, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan

Kata Kunci: *Store Atmosphere*, Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Kepuasan Pelanggan.

## ABSTRACT

Store atmosphere, service quality, and company image are level of excellence which the customers expect. When those level are accepted or suit with the expectation, it can be categorized as good and satisfied .

This research aimed to find out the effect of store atmosphere, quality service, and company image on the customers satisfaction of service users of Honda 99 branch Mayjend Sungkon, Surabaya. While, the population was all customers of Honda 99 branch Mayjend Sungkono, Surabaya. Moreover, the data collection technique used non probability and accidental sampling with 98 respondents. In addition, the data analysis technique used multiple linear regression.

The research result concluded store atmosphere had positive and significant effect on the customers satisfaction. It meant, the more comfortable the atmosphere, the more satisfied the customers. Besides, service quality had positive and significant effect on the customers satisfaction. In other words, the higher the quality service, the more satisfied the customers. In addition, the company image had positive and significant effect on the customer satisfaction. It meant, the better the company image, the more satisfied the customers.

Keywords: store atmosphere, quality service, company image, customer satisfactions



I certify that this translation is true  
and accurate, Prepared by a  
professional translator. This  
translation is provided on this day

12/3/2016

M. Faisal, S.Pd., M.Pd

STIESIA Language Center  
Menur Pumpungan 30 Surabaya 60118, Indonesia